

# 从春节旅游市场看当前旅游业发展现状与对策建议

**【要报要点】**2024年春节假期，全国旅游消费市场进一步复苏，但旅游市场“旺季”客流波峰效应更加突出，旅游消费全面复苏的基础还有待牢固。建议通过加强顶层设计，研究削峰填谷系统性策略；推进科技应用，鼓励发展新业态新模式；加快重点旅游目的地基础设施建设等措施，为旅游消费创造有利条件。

## 一、今年春节旅游市场恢复情况

（一）从国内旅游市场看，出游意愿强烈，旅游热度创有统计记录以来新高。春节假期八天，全国国内旅游出游4.74亿人次，同比增长34.3%，按可比口径较2019年同期增长19%。国内游客出游总花费6326.87亿元，同比增长47.3%，按可比口径较2019年同期增长7.7%。从去年“五一”假期、中秋国庆假期到今年元旦假期、春节假期，国内旅游人次和旅游收入已经连续四个节假日双双超过2019年同期水平。

（二）从出入境游市场看，短途市场恢复好于长途市场，出游热门目的地更加集中。文化和旅游部数据中心数据显示，出入境游均已接近2019年同期水平，以港澳短途周边市场为主。按照香港和澳门接待内地旅客人次计算，前往港澳的游客占内地出境游客总量的63.6%，而疫情前的2019年这一比例为46%。同样入境游客也以港澳为主，“港车北上”“澳车北上”等政策效果进一步显现，港珠澳大桥“北上”港澳单牌车8.8万辆次，占比达七成。春节出国游热门目的地更为集中，以近程亚洲国家为主，泰国、日本、美国、韩国、新加坡、马来西亚、澳大利亚、越南、英国和印尼，合计客流占假日期间出国旅游者的79.1%。疫情前的2019年，除去英国，其余九个国家客流占出国旅游者的54.6%。

（三）从消费需求特征看，则是既追求高品质，也关注性价比；既注重功能价值，也愿意为情绪价值买单。一是自驾游习惯带动自由行逐渐形成。春节假期自驾出行人次较2019年农历同期增长53.87%，远高于铁路24.74%和民航18.69%的增幅。二是消费分层越来越明显。一方面，旅游客单价整体恢复较慢，呈现消费更加理性的特征，另一方面，定制游价格上涨，携程定制游春节订单均价约2.8万元，同比增长24%；人均5300元，同比增长21%，精品行程、特色体验、细节服务的精品小团受到家庭客群的欢迎。

（四）从旅游企业情况看，市场进一步分化，产品供给更加多元、追求内涵和主题。今年春节旅游市场并非普涨，一些景区和旅游企业甚至出现了同比下滑。业绩恢复较好的企业普遍围绕民俗、非遗、烟花、市集等多种传统文化元素，创新内容体验。以中国旅游集团业务恢复情况为例，各业态接待人次同比增速较快的分别是旅行服务、酒店、景区。在地理位置相同的前提下，有内容、有场景、有创意的景区明显更胜一筹。

## 二、当前旅游市场存在的问题

一是旅游消费全面复苏的基础还有待进一步牢固。尽管全国总体的旅游收入、旅游人次已恢复甚至超过疫情前水平，但收入恢复比例低于人次恢复比例11.3个百分点。国内游客单价按可比口径恢复至2019年同期的91%，且恢复程度不及去年中秋国庆及今年元旦假期。比如，海南机场离岛客流较去年同期增长23%，但离岛免税客单价同比下降16.1%。这些现象既与出境游持续恢复造成部分消费分流有关，一定程度上也反映出游客消费预期改善不明显，旅游消费行为较为理性谨慎。

二是基础设施接待能力无法匹配消费需求的集中释放。以海南市场为例，春节假期海南客流大增，客流同比增长超过30%，基础设施和旅游资源接待能力接近饱和，酒店、餐饮、

景点等供不应求，三亚、海口等地返程机票“一票难求”，出岛轮渡无法满足大量游客出岛需求，短期内巨大的旅客流量导致供需矛盾，消费体验感下降。

三是入境游市场占比较低，支付问题仍未有效解决。免签政策带动入境游回暖，不少 OTA 平台显示，法国、德国、意大利、荷兰、西班牙、马来西亚、新加坡等新增可免签入境中国的国家游客增长明显，订单总比较 2019 年同期翻番。但从历史数据看，疫情前这七个免签国家入境游客占比不到 3%，前期基数比较小。外国游客普遍对移动支付接受度较低，更希望使用刷卡和现金支付，上海政府参事课题组开展的一项调查显示，在 401 家调研商户中安装外卡 POS 机占比 45%，不足一半，外卡 POS 机结算成本高是影响因素之一。从国旅研究团队在香港调研了解的情况看，除受观念影响外，没有国内电话卡和银行卡也是影响境外消费者使用移动支付的关键因素之一。虽然支付宝等支持国外电话卡和银行卡绑定，但在绑定过程中经常出现收不到验证信息等问题。

### 三、相关对策建议

（一）加强顶层设计，增强旅游消费可持续性。一是加快完善带薪休假制度实施细则，推进弹性、错峰休假，研究削峰填谷系统性策略。二是加强中央和地方政府权威数据和专业信息的及时发布，尤其是节前的预订数据，有效引导居民合理流动和有序出游，鼓励旅游目的地提升供应链动态能力，以客户需求为中心，优化资源配置，通过产品结构调整来实现“淡季不淡”“冷门不冷”。

（二）加快推进科技应用，鼓励发展新业态新模式。建议一是大力支持冰雪游、海岛游、文博游、民俗游、邮轮游等融合业态发展，鼓励旅游企业创新内容和场景，提升服务品质，通过增加优质休闲度假目的地供给，推动假日经济健康发展。二是加快智慧旅游相关配套，推动大数据、人工智能、物联网、

5G等在旅游场景的广泛应用，为消费者提供更透明的商品价格、交通出行、旅游风险预警等实用信息，营造便捷、安全的出游环境，进一步丰富旅游消费方式。

(三)加快重点旅游目的地基础设施建设，提升消费体验。建议对中西部和海南等部分重点旅游目的地加大交通等旅游基础设施配套，对基础设施薄弱、经济基础较差的旅游目的地开发项目及配套生态保护和基础设施项目给予允许发行专项债，提供低息或无息贷款等政策支持。对影响境外游客入境游体验的支付等关键环节，加快政策落地，定期开展境外游客国内旅行体验调研，评估实施效果，并有针对性的进行优化。

采用情况：本文于2024年1月被《文化和旅游智库要报》采用

供稿单位：中国旅游集团有限公司研究院

(文化和旅游行业智库建设试点单位)

作者：游成 孔德元 朱舜楠